CES ÉVÉNEMENTS QUI N'EXISTENT PAS

éditions grain de sable

François
Brune

CES « ÉVÉNEMENTS »…
QUI N'EXISTENT PAS !

Le modèle événementiel en question

11 septembre 2001, New York : 3000 personnes périssent dans l'effondrement de deux tours, à la suite d'une attaque terroriste.

C'est un *événement*. Immense, infiniment commenté, tragique. L'Apocalypse, a-t-on dit...

Chaque jour, sur Terre : 30 000 enfants de moins de cinq ans meurent de malnutrition et de maladies infectieuses.

C'est un *fait*. Regrettable. Parfois rappelé, au hasard des infos…

Mais alors, qu'est-ce qu'un « événement », parmi les milliards de faits qui à tout moment émaillent la surface de notre planète ?

1/ LA NOTION D'ÉVÉNEMENT

Cinq éléments plus ou moins constituants permettent de caractériser la notion d'événement. Chacune de ces approches nous permet de mieux voir en quoi l'emploi de ce terme trahit les réalités qu'il feint de traduire.

A/ ***L'événement, c'est ce qui advient, ce qui se produit en dehors de toute prévisibilité.*** C'est la définition en quelque sorte étymologique[1]. Ce qui *advient* (evenit) ne *prévient* pas. Cela semble surgir tout à coup, comme un effet sans cause. Il *faut* même que l'on soit surpris. Lorsque « ce qui se passe » est devenu habituel, on a l'impression qu'il ne se passe rien… Plus est *brutale* l'information qui « éclate » soudain dans le champ médiatique, plus elle semble mériter le nom d'*événement* – l'exemple type étant celui de l'explosion accidentelle dans une usine ou un immeuble[2].

Bien entendu, ce mot (avec son éclat) renvoie toujours à une certaine réalité. Mais il importe dès à présent de distinguer :

– d'une part la *réalité* en soi ainsi qualifiée, qu'on supposera complexe et multidimensionnelle ;
– d'autre part, l'acte qui la nomme *événement* (ou la dramatise comme telle), choisissant de percevoir et montrer cette réalité avant tout sous son aspect phénoménal, voire épiphénoménal.

Certes, lorsqu'il y a manifestation inattendue de quelque chose, on devine qu'il y a une multitude de causes et d'effets qui faudrait débrouiller pour expliquer et comprendre vraiment le phénomène. Mais précisément, s'empresser de nommer un fait « événement », c'est privilégier une *modalité de perception* et de *représentation* qui l'enferme dans son surgissement, par opposition à d'autres formes de saisie du réel. On se laisse aller à ce bon vieux présupposé idéologique selon lequel toute chose n'est en ce monde que le fruit d'une génération spontanée, à mille lieues de l'approche analytique qui tente de saisir l'intelligence des choses et de leurs inter-relations.

Très vite, l'effet de surprise, le frisson soudain, deviennent le critère essentiel de l'événement, et conduisent le journaliste à ne chercher dans le réel que ce qui va produire ce frisson, être spectaculaire, photogénique, télégénique[3], etc. Et à en répéter les images *en boucle*, pour amplifier l'en soi de la chose, son *irruption hors toute causalité*, au lieu d'en expliquer la genèse. Faut-il souligner que cette approche événementielle du monde est par nature *dépolitisante*, puisqu'elle déconnecte de leurs causes multiples toutes les réalités dont elle parle, soit qu'elle les falsifie par les exigences de la mise en scène, soit qu'elle les feutre en en masquant la dimension spécifique (c'est ainsi qu'on parlait des « événements d'Algérie », note Barthes, pour éviter de prononcer le mot « guerre ») ?

B/ ***L'événement, heureux ou non, se présente le plus souvent comme l'effet d'un destin ou d'une providence.*** C'est dans la logique de ce qui précède : puisque le fait ou le phénomène apparaît comme un effet sans cause apparente, il est immédiatement interprétable comme un signe du destin, comme une faveur ou une défaveur des dieux. La religion de l'information, à l'image des religions traditionnelles, célèbre toujours dans l'événement une dimension métaphysique (parfois très explicitement, voir Football et idéologie). L'exemple type est ici le décès de la princesse Diana, qui a donné lieu, rétroactivement, à la présentation hagiographique de son existence.

Bien entendu, ce sont le plus souvent les catastrophes (et pas seulement les catastrophes « naturelles ») qui donnent lieu à la présentation de l'événement comme le fruit, dans le théâtre du monde, d'un *Deus ex machina* qui conduit tout en fonction de ses desseins secrets. Le chœur tragique des éditorialistes, en orchestrant l'émotion collective (qu'il contribue à produire), ne manque pas de renforcer au passage la vision dépolitisée du monde soulignée ci-dessus. Il est vrai que, de plus en plus, la meute journalistique cherche maintenant des responsables et multiplie les entretiens qui accusent (cf. la catastrophe de Toulouse en 2001, ou le « crash » du Boeing égyptien, début 2004). Mais dans la perspective métaphysique où les médias se placent majoritairement, cette recherche s'apparente surtout à une quête de coupables, propre à nourrir l'écœurement de la foule en « trompant » sa faim de causalité. Car ce ne sont pas de vraies explications, qui lui sont offertes, ce sont des sacrifices expiatoires. On ne sort pas de la magie du lynchage, qui vise à apaiser les dieux plutôt qu'à rendre justice aux hommes.

C/ ***L'événement désigne aussi, bien sûr, dans la foulée des amplifications précédentes, tout fait qui paraît réellement d'importance, notamment d'un point de vue historique***. Le mur de Berlin peut être considéré comme l'exemple type de cette acception du mot. De même la bataille de Waterloo, ou encore l'effondrement des twin towers en sept. 2001. Les historiens, les éditorialistes sérieux nommeront « événements » ces faits jugés capitaux : ils « font date », en effet; après eux, « plus rien ne sera comme avant » dans l'histoire de tel ou tel pays…

Mais ce sens, qui semble si bien contredire le caractère épiphénoménal des précédents, n'en reste pas moins tributaire. En se centrant sur telle « date-clef »[4], en associant l'historicité du fait signalé à son déroulement souvent spectaculaire, l'historien qui l'érige en événement ne se départit pas de cette vision du monde qui confond le symptôme et la cause. Il tombe sous le coup de cette sentence de Montesquieu :

« *Si le hasard d'une bataille –c'est-à-dire une cause particulière, a ruiné un État, il y avait une cause générale qui faisait que cet État devait périr par une seule bataille*. »

Ainsi, celui qui privilégie la bataille comme événement historique risque de manquer l'analyse du réel, celle qui montre en quoi l'irruption de ce fait n'avait rien de surprenant, mais ne fut que la partie visible (phénoménale) d'un essentiel qui est ailleurs, - le complexe enchevêtrement des causes profondes : c'est ainsi que, replacé dans son contexte, l'attentat du 11 sept. 2001, ne fut qu'un petit effet boomerang d'une violence américaine qui n'a cessé de sévir dans le tiers-monde depuis plusieurs décennies.

On le dit d'ailleurs de plus en plus : n'en déplaise aux médias dominants, « l'histoire événementielle » n'est pas l'histoire véritable. Même dans son acception historique, l'« événement » n'existe donc que dans la vision événementialiste de celui qui le nomme comme tel.

D/ ***L'événement, dans son emploi le plus fréquent, se définit par son immédiateté***. Il est indissociable de l'instant présent où il fait « irruption ». Son acuité se mesure à son caractère minuté, à son instantanéité : la Chaîne Info (LCI) nous promet ainsi un événement toutes les trois minutes[5]... Quand « ce qui se produit » dure des mois ou des années, cela devient vite trop banal pour mériter le nom d'événement, et être vécu comme tel : ce fut le cas par exemple, entre les deux guerres d'Irak, où les dix ans d'embargo meurtrier et de continuels bombardements américains apparaissaient comme des informations de routine.

Mais même lorsqu'un événement de taille se produit « à chaud », son usure peut être fort rapide : au bout de cinq jours, la seconde guerre d'Irak donna ainsi lieu à un gavage d'informations creuses qui laissaient le public sur sa faim (on savait que les troupes américaines progressaient, qu'elles finiraient par gagner, etc., mais, mais… il n'y avait *rien de nouveau* !). Continuer d'en parler, c'était saturer « l'actualité » de ce que l'on savait déjà, c'était arrêter la chaîne événementielle en empêchant tout nouvel événement de se manifester, au grand dam du public.

L'événement doit absolument être « actuel », ou n'être pas[6].

Or, cette immédiateté de « ce qui se passe », et qui doit passer pour céder la place à ce qui doit encore advenir, est aussi ce qui confère à l'événement son caractère impératif : *il ne faut pas le manquer*. Ou alors, ce serait manquer ce qui *nous* arrive, à travers tout ce qui entoure et détermine *hic et nunc* nos existences. On peut ici rapprocher deux verbes qui ont la même racine, l'anglais *To happen* et le français *happer*. L'événement que je veux « saisir » est lui-même « saisissant. En même temps que je crois le happer, c'est lui qui me happe, qui me « surprend » et me prend, comme tout « happening » qui se respecte… La notion d'événement comporte donc en puissance le vertige du *consommateur consommé,* tel qu'il est régi par le spectacle publicitaire : c'est en s'offrant à la possession que le produit possède celui qu'il met en état de besoin.

E/ ***L'événement n'existe que dans le regard du public ; mais aussi, le public n'existe que dans sa saisie de l'événement.*** Il n'y a pas d'événement en soi. Il peut seulement y avoir *événement pour*. Je voyage en TGV, un train jaillit en sens inverse : pour mes voisins et moi, l'événement frémissant, c'est ce jaillissement du rapide qui nous croise. Mais pour les voyageurs d'en face, l'événement, c'est notre TGV qui les fait frémir en passant, à la même seconde. L'événement et son « public » ne cessent d'être relatifs l'un à l'autre, ne cessent de se créer mutuellement. Le public des médias a ainsi besoin, pour se constituer comme tel, d'être saisi par l'« événement ». Et corrélativement, l'événement a besoin de l'attestation du public pour exister : il ne peut éclater comme actuel que dans le regard du plus grand nombre. Sinon, il n'existe pas.

D'où le besoin qu'ont les professionnels des médias de l'approbation du public, comme pour croire eux-mêmes à l'importance objective de ce qu'ils présentent comme événements. Ce protocole de ratification se reproduit maintes fois : on se précipite vers les sondages, on recueille à la va-vite l'avis des personnalités qui adorent opiner dans les médias, on court les rues pour récolter quelques micro-trottoirs, on met en scène les réactions des gens… et l'on en déduit gravement, puisque la rue réagit à l'événement, que l'événement était bien un événement !

Un million de morts de faim, en Afrique, en présence d'un seul témoin, c'est une réalité affligeante ; un enfant qui meurt à la télévision, devant un million de spectateurs, c'est un événement.

<u>2/ L'ARBITRAIRE DE L'ÉVÉNEMENT</u>

La notion d'événement doit être considérée comme un cas particulier de la nomination du monde, celle-ci reposant sur un double arbitraire.

A/ Le double arbitraire du langage

L'arbitraire de la sélection. Nommer une chose, c'est la choisir et l'isoler pour la « saisir ». Ce repérage la fait exister aussitôt dans le langage : une part du monde, jusqu'alors informelle, émerge à nos yeux et prend en quelque sorte le statut de « réel »[7]. Toute langue qui s'élabore, en répétant indéfiniment cette opération, forme un système de mots qui *semble* refléter les structures du réel mais qui, en vérité, n'en constitue qu'une image partielle et toujours provisoire, une « construction » empirique au gré des aléas de l'histoire, une *représentation*. La comparaison entre les langues montre combien est arbitraire ce repérage sélectif, ce pré-découpage du réel par lequel chacune quadrille le monde à sa façon. Tout langage est infiniment lacunaire et approximatif, si l'on en juge par la complexité du monde, mais il n'en forme pas moins un *système d'interprétation* du Réel qui, si pratique et si riche qu'il soit (c'est là le « génie » de la langue), doit tout de même être considéré pour ce qu'il est : une grille *idéologique*.

L'illusion des usagers d'une langue, c'est alors de prendre cette nomination sélective pour un *reflet objectif* des choses, et de croire qu'ils « possèdent » la réalité du monde à travers le réseau des mots. Or, cette illusion est dominante en nous. Elle nous devient « naturelle » avec la pratique du langage. On dit couramment qu'il faut « *appeler les choses par leur nom* » , oubliant que la nomination ne les saisit que par le petit bout de nos lorgnettes savantes, qu'elle les ordonne selon des concepts bien arbitraires, et impose à chaque locuteur une perception pré-construite, donc tronquée, du réel. C'est ainsi que, selon Cl. Lévi-Strauss, une ethnie n'a qu'un mot pour dire à la fois « *joli et jeune* » et un autre pour dire « *vieux et laid* »… Il est vrai que notre langue médiatiquement correcte progresse à grands pas vers ce type d'indistinction.

L'arbitraire de la désignation. Le vocable qu'on invente ou choisit pour désigner une réalité est en principe sans rapport avec la chose signifiée. À l'arbitraire de la sélection (le découpage qui fait exister les choses) s'ajoute ainsi un second arbitraire, celui des signes dont on les couvre. C'est par convention qu'on appelle « arbre » un arbre : il n'y a pas de lien naturel entre le signe et la chose signifiée.

Mais cet arbitraire de la désignation est, lui aussi, méconnu et nié par notre usage quotidien de la langue : nous identifions à tout moment la réalité d'une chose au nom qui la désigne (à commencer d'ailleurs par nos propres noms et prénoms, lorsque nous disons « *Je suis X, Je suis Y* »). Mus par la « *tendance à l'expressivité* » (que les linguistes appellent aussi « *tendance iconique* ») nous nous plaisons à entretenir cette « illusion réaliste » selon laquelle, chaque chose « ayant son nom », chaque « nom » dans ses sonorités mêmes est comme « l'essence » de la chose. Dès lors, il suffit de jouer sur les mots (chargés de « connotations ») pour tenter de colorer ou modifier la « nature » des choses que l'on nomme, et « l'identité » des gens dont on parle. C'est ce que nous faisons couramment lorsque nous définissons, présentons ou jugeons autrui. À chaque fois que nous « désignons » quelqu'un, nous montrons cette personne selon un certain angle, nous voulons la faire voir selon un certain point de vue. Nommer, c'est toujours plus ou moins enfermer dans une « essence », même lorsque le propos est flatteur[8-9]. La nomination se veut ou se croit toujours plus ou moins « performative » (cf. le commentaire de ce terme, pp.00-30).

B/ *Le double arbitraire de l'événement*

Cas particulier de la Nomination, la notion d'événement est le fruit d'un « arbitraire » double, lui aussi : tant dans le « prélèvement » de réel qu'il effectue sur le monde que dans l'emballage dont il le revêt pour nous le livrer. Aucun événement n'existe *en soi*, chacun on l'a vu *existe pour* : c'est le témoin, le journaliste ou l'historien qui le saisit et le répercute comme tel. Certes, un certain nombre de réalités existent bien en elles-mêmes, et de façon parfaitement incontournables puisqu'elles sont. Mais les nommer « événements » est bien un acte arbitraire qui dépend de ceux qui en parlent, en fonction de leur subjectivité ou de leur idéologie[10]. Et ceci, aux deux niveaux que nous avons distingués :

La sélection, d'abord. Parmi les milliards de phénomènes ou de simples faits qui se produisent à travers le monde au même instant, dans tous les pays, dans toutes les classes, dans toutes les vies, celui qui ose décider d'en nommer certains « événements » (en fonction de quels critères ?) les *produit* évidemment comme tels bien plus qu'il ne les constate. Une grille mentale est à l'œuvre qui, en sélectionnant ceux-ci (prétendus « représentatifs »), revient du même coup à évacuer tous les autres de la vaste Réalité. Quels que soient les médias dont on étudie la « représentation du monde » (avec leurs rubriques privilégiées, leurs hiérarchies plus ou moins implicites, leurs titres et gros titres censés « prouver » l'ampleur des faits annoncés, les publicités qu'on y observe, etc.), on s'aperçoit vite que celle-ci ne représente… que leur représentation du monde : ce schéma mental, cette « vision des choses » déjà en place dans la tête des journalistes, et souvent à leur insu. Comme l'écrit magistralement Alain Accardo, « *Les journalistes croient ce*

qu'ils racontent parce qu'ils racontent ce qu'ils croient. » Le modèle événementiel qu'ils ont intériorisé les conduit à ne lire, dans le monde, que les « événements » confirmant l'idée préconçue qu'ils se font du monde…

Dans ces conditions, il va de soi que le pot-pourri d'informations hétérogènes qui constitue « l'actualité » ne donne jamais qu'un tableau partiel, partial, et mensonger, de cette « époque » que les professionnels prétendent hautement refléter ou « couvrir ». Le concept même d'*actualité* est un coup de force quotidien : d'une part parce qu'on pourrait chaque jour faire la liste d'une multitude d'*actualités* qui sont exclues de l'Actualité avec un grand A, d'autre part parce que cette dernière est une vue de l'esprit, une promesse démiurgique et totalitaire, comme l'indique d'ailleurs la lettre même du slogan de France-Info : « *Le monde en direct, 24 heures sur 24* ». On pourrait en dire autant de journaux qui se donnent comme titre : *L'Événement*, *Le Monde*, *Le Temps…* Quelle forfanterie !

La désignation, ensuite. Le mot « événement », on l'a compris, est une étiquette, un prisme, une *modalité d'énonciation* qui renvoie à certaines réalités, mais qui n'est pas *la* réalité. L'événement apparaît comme le texte de ce dont le fait est le simple pré-texte. En collant donc la catégorie « événement » sur certaines réalités factuelles, comme si elle leur était transparente, le journaliste nous oblige dès lors à les voir ou à les propager comme des phénomènes ayant surgi ainsi par génération spontanée (cf. les cinq traits définissant la notion d'événement). On a beau savoir la minceur (voire l'inanité) d'un fait, son traitement événementiel (grand titre à la une, énonciation dramatisante, rythme qui fait entrer dans la supposée cadence de notre temps, etc.) capte notre attention comme s'il s'agissait d'un grandissime effet de l'époque, comme si le « mot » façonnait la chose… Comme si la nomination journalistique procédait d'un vertige démiurgique désireux de « créer » le monde à coup de performatifs !

Or, même lorsqu'il s'agit d'une réalité qu'on peut juger importante, la percevoir ou la montrer *comme événement*, en la couvrant des signes arbitraires de l'événementialité, c'est prétendre épuiser cette réalité dans la considération de son seul aspect phénoménal. C'est donc la dénaturer, la « dépolitiser », s'interdire de l'appréhender sur le mode de l'analyse rationnelle. Et priver simultanément de cette approche ceux que l'on « informe ». L'arbitraire de l'événement, qui règne sur l'Information moderne et régit ceux qui l'ont en charge, c'est cette terrible réduction idéologique, cette imposture qui ne cesse de réduire le Réel à l'Actuel, de ne saisir les faits que comme des « nouvelles », bref de « nommer » le monde selon la grille événementielle en faisant croire péremptoirement que *c'est-ça-le-monde*[11].

C/ *Imposture et pouvoir.*

Cette imposture, souvent inconsciente d'elle-même, qui dit représenter le monde "tel qu'il est", alors qu'elle le *construit* en usant d'un code arbitraire prétendument "naturel"[12], était déjà celle du roman réaliste à la fin du XIXe siècle. Nos romanciers faisaient des enquêtes, sélectionnaient des faits jugés « représentatifs », puis inventaient intrigues et personnages qu'ils mettaient « en scène » et, par les jeux de l'écriture, "recomposaient" le réel. Le résultat, c'est que leurs romans avaient l'air d'autant plus "réalistes" qu'ils étaient misérabilistes. S'ils étaient représentatifs, ce n'est pas du "monde tel qu'il est", mais d'une vision du monde « naturaliste » tout à fait datée, que le romancier partageait avec des lecteurs tacitement d'accord pour identifier cette « représentation » arbitraire à "la" réalité. Ce qui amuse, après coup, c'est la *prétention* de nos artistes à vouloir posséder ainsi la vérité du monde. Derrière cette prétention, il y avait comme un désir de pouvoir… L'un des meilleurs d'entre eux, Maupassant, n'était d'ailleurs pas dupe : « *Les Réalistes de talent devraient plutôt s'appeler des Illusionnistes.* » écrivait-il (Préface de *Pierre et Jean*). Cette prétention se retrouve chez le journaliste de talent, son cas étant tout de même plus grave en ce qu'il prétend refléter cet inaccessible *monde tel qu'il est* en le limitant à l'*instantané* du monde tel qu'il *paraît*[13]. Certes il y a une fatalité du « journalisme » qui, par définition, se donne « le jour » présent pour cadre et pour objet. Prisonnier du « quotidien », devant la complexité du réel, l'homme des médias est sans doute excusable de n'en donner qu'une représentation tronquée. Le problème, c'est qu'il se vante de tenir un discours objectif sur la réalité, qu'il présente sa *mise en scène* de *certains* faits comme *la* photo du « monde en direct », et ne veut surtout pas reconnaître cet « arbitraire » de l'événement qui le traverse ou qu'il manipule, chaque fois qu'il « couvre » des situations dont il croit ou décide qu'elles sont significatives de notre temps…

Cette cécité quasi professionnelle est sans doute révélatrice de ce qu'elle masque : un pouvoir. Car il faut bien en venir à la question sensible : pourquoi, pour quoi, veut-on faire du *journalisme* ? Pour *informer* ? mais de quoi, - le réel est si vaste ? Pour vivre intensément en se situant toujours "*au cœur de* l'actualité" ou de l'époque, - mais ce serait laisser croire que l'époque a un "cœur" comme on croyait jadis que l'univers avait un centre ?[14]. Pour posséder le monde en le représentant ? Ou pour posséder ses lecteurs/spectateurs en leur imposant cette représentation du monde ? À vrai dire, si comme le dit Orwell le vrai pouvoir est le pouvoir sur l'esprit d'autrui, si comme le dit Barthes « *discourir c'est assujettir* », si l'acte de nomination du monde est en même temps prise de pouvoir sur la conscience de ceux qu'on conditionne à voir le monde tel qu'on le nomme, alors on comprend la propension du discours médiatique à réduire le monde au modèle événementiel et à se donner sur la foule le pouvoir de ceux qui ont "les clefs de l'actualité". Ce faisant, les maîtres des médias se font maîtres… ou plutôt "prêtres" de l'époque, dont ils célèbrent à toute heure du jour et de la nuit les divines manifestations événementielles.

D/ *La mystique de l'époque*

De même que la chaîne des mots forme une phrase porteuse de signification, de même la chaîne des événements, d'actualité en actualité, forme un discours global qui nous dit : voici le réel du monde contemporain, voici l'époque que nous vivons. Il faut donc … y croire.

Et de même qu'on peut écrire une formule fausse avec des mots « vrais » (ayant du sens), de même on peut dresser un tableau du monde parfaitement fictif à partir de faits totalement avérés. Tout est dans l'arbitraire du choix et dans l'art du dispositif. C'est ainsi que s'organise la « religion » de l'époque, avec ses contenus dogmatiques, son culte, ses célébrations rituelles (les *grand'messes* télévisées) et ses fidèles (dont l'audimat et les sondages mesurent la *ferveur*). Il faut prendre ici le mot « religion » au sens large, sociologique, que Durkheim lui prêtait, celui d'un *ensemble de croyances et de pratiques qu'une communauté estime d'autant plus indiscutable que cet ensemble fonde et confirme son unité.*

Une même mystique unit ainsi l'homme de la rue qui s'informe pour « *être de son époque* » (comme s'il pouvait n'en être pas !) et le journaliste qui promeut, par « l'Info en direct », une radio « *moderne et porteuse de toutes les tendances de l'époque* » (Philippe Labro, présentant les Instantanés RTL). Lorsqu'il faudra sélectionner et ordonner les informations, on fera donc jouer l'impératif « il faut être de son époque » *sur les réalités elles-mêmes*, ne retenir que celles qui sont recevables (médiatiquement correctes ?), et faire l'impasse sur celles qui ne seraient pas « dans l'air du temps ». Et la boucle sera bouclée…

Il n'est rien de tel, pour maîtriser l'Opinion, que de maîtriser le « réel » sur lequel va s'exercer l'Opinion. L'époque selon les médias correspond à ce « réel » sélectif, partiel, doctrinal. Elle incarne l'idéologie de la modernité, et s'impose, comme toute idéologie, en se prétendant le reflet évident du monde tel qu'il va. Comment l'homme de la rue pourrait-il alors nier l'événement qui lui est donné comme émergence du réel ? Comment échapper à l'information, qui est toujours institution, *prescription,* puisqu'elle se donne comme « le » réel qu'on ne saurait mettre en cause ? Comment échapper de même à la désinformation : ne puise-t-elle pas sa force dans la crédulité même du public face à l'événement quel qu'il soit ?

Là se situe le pouvoir journalistique, le ressort secret de son rêve performatif. En décrétant l'époque, il décrète la soumission à l'époque. Comme Big Brother, *l'événement vous regarde,* aux deux sens du mot : il vous concerne, ; il ne vous lâche pas des yeux. Et gare au mécréant qui ne se laisse pas fasciner, puisqu'il y a toujours du divin dans son surgissement. Si l'événement vous constitue en public, ce n'est pas pour vous transformer en assemblée démocratique, c'est pour vous massifier en foule de fidèles. Et

réciproquement, on l'a vu, cette foi de la foule est nécessaire à l'authentification de l'événement. L'exemple de l'émission Loft Story (justement nommée « Big Brother » - mais c'était elle qui regardait la foule pour l'empêcher de regarder ailleurs !) est éloquente à ce sujet. Une campagne « d'information » annonce plusieurs mois à l'avance cet « événement » qui va nous arriver. Au jour dit, une large part du public jeune, en se précipitant sur l'émission pour ne pas manquer pareille nouveauté, *crée* l'événement. Surpris par ce mouvement, le reste du public -les parents voulant s'informer, les sociologues voulant expliquer, etc.- rejoint l'hystérie collective dans le naïf désir d'en comprendre l'ampleur. Les « observateurs » patentés aux éditoriaux prophétiques (ceux-là mêmes dont la fonction est de découvrir tous les six mois une mutation sociale), fascinés à leur tour, concluent victorieusement à un phénomène de société inouï, qui prépare une ère toute nouvelle. Et le tour est joué, - en attendant qu'un nouvel appel religieux à *l'événement qu'il ne faut pas manquer* jaillisse au sein des milieux médiatiques : par exemple, le lancement d'un film à gros budget, « made in USA » bien sûr, avec « pour » ou « contre » dans Télérama…

Ce type de battage, en racolant sans fin le « public », fait croire à ce dernier que la valeur d'une information est proportionnelle à l'importance ou au « bruit » de sa diffusion. Plus augmente le nombre de spectateurs, plus la réalité dont on parle « devient » réelle. Plus on est de fous à y croire, plus elle est l'expression de notre temps. Et plus on se « branche sur elle », plus on se sent « exister ».

Mais si le public bon enfant aide ainsi les journalistes à croire à l'importance de ce qu'ils racontent, elle exige en retour d'eux qu'ils nourrissent le besoin qu'ils ont fait naître. Sachant que « l'événement » au sens courant est par nature éphémère et aléatoire, il va falloir *produire* de « l'événement qui se produit », *produire* de l'époque représentative de l'époque, qu'il s'agisse d'amplifier les choses les plus futiles, ou de réduire les réalités essentielles à du théâtre médiatique.

E/ L'événement-produit, ou la consommation du monde

Dans les médias dominants, financés par la publicité, « l'événement » n'échappe pas à l'idéologie de la consommation : une pub, une info. Le fait que le public absorbe les « nouvelles » au moment où il mange favorise l'amalgame. Ces mêmes journalistes qui se font les bateleurs de l'événement se font simultanément à l'antenne les valets de la propagande commerciale. Ils sont d'ailleurs eux-mêmes les produits-stars de leurs médias, que des campagnes célèbrent pour attirer la clientèle. De leurs côtés, les publicitaires qui se disent les hérauts de la modernité, ne manquent pas de « lancer » les produits comme des « événements »[15]. Dès lors, un seul et unique ***effet d'annonce***, portant tantôt sur la Marchandise, tantôt sur l'Époque, ne cesse de cultiver dans le public ce que

j'ai coutume d'appeler la « pulsion consommatrice ». C'est donc un même impératif collectif, qui nous commande de ne pas manquer les événements qui caractérisent notre époque, et nous enjoint de ne pas manquer les produits qui nous font membres à part entière de la société de consommation. Amateurs d'identité branchée, gobez le tout !

Dès lors, dire de « l'événement » qu'il est *produit*, et non pas qu'il « se produit » n'est pas un mince nuance. L'information n'est plus – et n'a jamais été- le miroir du monde : elle est une fabrique d'« événements-produits » bien consommables, obéissant aux lois de « l'économie de marché ». Ils doivent ainsi être *ciblés* (en fonction de l'audience recherchée : on taira donc tous les faits qui « *n'intéressent pas les gens* »). Ils doivent être autant que possible « *consensuels* » (histoire de conquérir la plus grande part du marché). Ils doivent être –c'est en quelque sorte leur « emballage » temporel- *minutés* (au bout d'une minute trente, le public se lasserait). Ils doivent surtout être *rythmés*, insérés dans la chaîne événementielle qui vous empêche de vous déconnecter et vous entraîne dans la consommation simultanée des choses du monde et du monde des choses (le recul critique tuerait l'adhésion-réflexe). Ils doivent aussi, ne l'oublions pas, être *toujours nouveaux*… ou en avoir l'air : c'est-à-dire surprendre, engendrer l'ébahissement ou la consternation, en apparaissant comme révélateurs d'une réalité en perpétuelle évolution, et signes d'une époque en constante accélération. Le tout, enfin, doit satisfaire à l'exigence suprême que nous rappelle Alain Accardo : l'événement-produit doit « *rapporter davantage qu'il ne coûte* »[16], car il n'est en définitive que le « produit d'appel » qui, en « accrochant » et fidélisant l'audience, l'entraîne dans le tunnel publicitaire dont elle ne sortira plus.

Bien entendu, ce calibrage quotidien bute sur la réalité du monde : il n'y a pas tous les jours de « grands événements » qui semblent s'imposer en soi, ni même de ces faits qui se prêtent facilement au traitement événementiel requis, notamment, par les journaux télévisés[17]. Que faire alors, pour maintenir la foule en état d'hypnose quotidienne ? On peut citer ici, parmi d'autres, deux procédés de fabrication largement éprouvés :

« Créer » l'événement : le procédé est connu. Il s'agit de faire comme si se passait quelque chose qui ne se passe pas. Publier un sondage, par exemple, qui fait croire que le peuple a parlé. Désinformer, lancer de fausses nouvelles suivies de vrais démentis, présenter des montages d'images comme des « interviewes » réelles, nourrir « l'actualité » de bidonnages de toutes sortes, orchestrer de faux débats (autour par exemple de spectacles hardis, de livres problématiques, de phrases-dérapages de certains hommes publics), réchauffer toutes sortes de « viandes froides » ou de « marronniers » (la drogue à la une, le salaire des cadres, la rentrée sociale, les enfants de la télé, la crise de ceci ou de cela), etc. Les journalistes sont aidés en cela, d'ailleurs, par tous les groupes de pression, par toutes les organisations militantes, par tous ceux finalement qui veulent se manifester de façon « moderne », c'est-à-dire en « existant médiatiquement »[18]. À côté de

cela, le plus commode sera d'inventer des événements parfaitement maîtrisables, voire prévisibles. Les « personnalités » reconnues comme telles (ou *produites* comme telles), avec leurs actes et leurs œuvres, sont ainsi une mine inépuisable d'événements-produits, surtout lorsqu'elles aspirent elles-mêmes à « se produire » pour « se vendre ». Autre filon majeur, *les dates*, qui découlent de l'arbitraire du temps (cf. note 12) : leur caractère « historique » persuade le public de leur réalité « naturelle », leur programmation « intéresse » tous les « promoteurs » qui ont quelque marque à célébrer ou quelque marchandise à vendre, de sorte qu'on ne compte plus les anniversaires (cinquantenaires, centenaires, morts ou naissances, artistes ou inventeurs), les annonciations, les commémorations, qui sont autant d'événements au second degré (guerres, révolutions, victoires, paix, etc.), et servent à longueur d'année à produire un réel événementiel qui n'existe pas, à dramatiser et nourrir le mythe de l'époque qui est vraiment alors une *représentation imaginaire*, idéologiquement pré-déterminée. La célébration de l'an 2000, issue du fétichisme du système décimal et d'une erreur grossière sur la naissance de Jésus-Christ[19], mais vécue comme un fantastique basculement de l'Humanité dans une ère nouvelle (cf. France Info, le 1-01-2000 à 18h15 : « *Toute la terre est maintenant entrée dans l'an 2000* »), illustre parfaitement cette apparente « dérive » collective… ce solipsisme qui est pourtant dans la pure logique du système !

« Corser » l'événement : l'autre procédé habituel consiste à « événementialiser » des faits trop minces ou trop communs. Et ceci, de diverses manières dont l'une, de plus en plus fréquente, consiste à focaliser l'intérêt du public sur l'ensemble des moyens techniques qui ont été nécessaires à la production du fait lui-même. On a par exemple l'événement-film, valorisé et sur-valorisé par des reportages sur les innombrables difficultés de sa réalisation technique, qu'il soit ou ne soit pas « intéressant » en tant que tel. On a l'événement-sauvetage d'un sportif en perdition, en pleine montagne, au fond d'un gouffre dont les eaux montent, ou en pleine tempête dans une mer déchaînée : ce fait divers va être sur-dimensionné par l'attirail technologique qu'il aura mobilisé (perceuses géantes, grues, hélicoptères, satellites d'observation, etc.). Le « direct » est ici essentiel : lors de l'éclipse de soleil d'août 99, phénomène naturel hautement prévisible et qui a donné lieu à un incroyable battage technologico-médiatique, on a eu droit sur TF1 à des Mirages qui suivaient en direct « l'événement » en se déplaçant à la même vitesse[20]… Dans tous ces cas, les médias tentent de créer l'impression que le monde entier est déjà mobilisé par l'événement sur-dimensionné, de sorte que l'audience doit aller à l'audience. Il faut en mettre *plein la vue* de ceux qui consomment *par les yeux*. On voit alors « l'information » servir de prétexte à une célébration de la Technique, devenue le véritable événement qu'on célèbre, -ce qui n'est bien sûr pas idéologiquement innocent.

Mais l'essentiel, c'était que le public ne se déconnecte pas de la chaîne événementielle. Il fallait « satisfaire son besoin ». Son besoin ? Quel besoin ?

3/ POURQUOI S'INTÉRESSE-T-ON À L'ÉVÉNEMENT ?

A/ Quelques motivations traditionnelles

La curiosité (saine ou malsaine), le désir d'informations qui brisent la monotonie des jours, ne sont pas des tendances d'aujourd'hui. Le goût de « nouvelles »… n'est pas nouveau ! Si l'on va au fond des choses, ce qui appelle en nous l'événement, c'est le grand besoin de ***divertissement***, au sens pascalien du terme : c'est-à-dire, la profonde nécessité de fuir l'angoisse métaphysique.

Au siècle de Louis XIV comme au nôtre, le mariage de Mademoiselle, la mort de Madame, les batailles de Louis, les cabales littéraires, les fêtes rituelles du beau monde, les querelles entre puissants, les chasses, etc., d'une part aidaient les privilégiés de la Cour à oublier leur ennui du quotidien, d'autre part leur donnait le sentiment de participer au mouvement de la vie, à tout ce qui bougeait, remuait, faisait parler de soi dans « le monde »…

À la base de cet intérêt pour l'événementiel, il y avait donc, et il y a encore, tout bonnement, la *peur de la mort* : non pas la mort comme simple épisode terminal de l'existence, mais la *mort au présent*, c'est-à-dire à chaque moment la fin de chaque moment, -ce que conjure précisément l'actualité en apportant *à chaque instant* une « nouvelle », un « renouveau ».

De ce point de vue, l'événement *même tragique* est une sorte de conjuration de la mort, et la consommation des journaux, l'élixir anti-destin du soir ou du matin. De sorte qu'il n'y a peut-être que deux types d'événements : ceux qui nous font oublier la mort, et ceux qui nous la représentent comme catharsis. L'événement idéal étant celui qui cumule les deux effets : nous faire compatir à la mort des autres, tout en nous faisant oublier la nôtre… Paul Valéry notait déjà, vers 1930 : « *Les événements eux-mêmes sont demandés comme une nourriture. S'il n'y a point ce matin quelque grand malheur dans le monde, nous nous sentons un certain vide. "Il n'y a rien aujourd'hui dans les journaux", disent-ils.* » (« Propos sur l'intelligence », *Variété*)

Ce désir d'événement est d'ailleurs aussi classiquement un désir de *communion* dans l'événement, une volonté ou une illusion de *participation collective* au théâtre du monde que mène le Destin. Ce qu'illustre Bossuet dans sa fameuse oraison funèbre sur la mort de Madame : « *Ô nuit désastreuse ! ô nuit effroyable où retentit tout à coup comme un éclat de tonnerre cette étonnante nouvelle : Madame se meurt ! Madame est morte ! Qui de nous ne se sentit frappé à ce coup, comme si quelque tragique accident avait désolé sa famille* ? »

« Comme si », dit-il. Les accidents qui frappaient les Grands ne devaient pas manquer, déjà, de toucher les plus humbles…

Mais on comprend aussi, en écoutant Bossuet se faire journaliste, combien le messager de la Mort participe par le verbe au pouvoir du Destin. Celui qui *dit* la mort partage son empire, l'espace d'un moment. Diffuser l'événement (surtout tragique), c'est en être partiellement le maître, sinon le producteur, -c'est en tout cas se donner la supériorité de *celui qui sait* sur ceux qui ne savent pas encore. D'où, dans toute société, et pas seulement dans le microcosme journalistique, une sorte de rivalité mimétique qui conduit les individus à vouloir être les *premiers à savoir* pour, aussitôt, écraser les ignorants d'un : « *Quoi, tu n'es pas au courant ?* » Ainsi, tout consommateur de nouvelles se fait potentiellement journaliste à l'égard de son entourage, c'est-à-dire détenteur de ce pouvoir d'informer qui est aussi le pouvoir de faire trembler son interlocuteur, en lui balançant « l'événement » dans les gencives…

B/Le désir d'événement, aujourd'hui

Ces motivations traditionnelles demeurent et s'intensifient, grâce aux innombrables possibilités de les satisfaire : multiplication de faits susceptibles d'être connus, de médias capables de les divulguer, de moyens techniques aptes à les dramatiser ; branchement, dès le plus jeune âge, du consommateur d'infos sur ce qu'on lui dit être « le monde d'aujourd'hui » ; pouvoir enfin de zapper d'un « événement » à un autre et de se maintenir toujours en état de diversion. La conséquence, c'est qu'il y a toujours en chacun de nous une sorte d'intérêt potentiel, un « horizon d'attente », une avidité réflexe, qui nous poussent à nous jeter sur l'Info, à faire comme si nous nous intéressions même… à ce qui ne nous intéresse pas, pourvu que cela nous divertisse.

À cela s'ajoutent au moins six traits spécifiques, dont nous avons déjà pressenti la teneur, et qu'il convient de « sérier » maintenant :

1/ C'est d'abord *le puissant vertige de l'évolution*, ce mythe d'un temps flèche dont la courbe est forcément ascendante, qui nous garantit que nous progressons avec l'époque qui progresse. « *L'actualité va vite. Très vite. Pourquoi se laisser dépasser ?* », nous avertit la publicité de France-Info. Il faut *coller à l'événement*. Participer affectivement, collectivement et virtuellement à « ce qui se passe », fût-il le plus futile, ce n'est donc pas seulement être diverti de la pensée de la mort : c'est se sentir croître avec le monde dans le temps même où notre corps régresse, c'est conjurer le sentiment que nous poursuivons un existence mortelle par l'illusion que nous ne cessons de « muter » avec l'époque en mutation… C'est ainsi qu'Armand Salacrou faisait déjà dire à l'un de ses personnages :« *Non ! Non ! Non ! Je ne vous laisserai pas raisonner en 1492 comme on*

raisonnait en 1482 […] Nous ne sommes plus dans le passé, nous vivons enfin une époque actuelle, contemporaine, définitive. Nous sommes en 1492 et à Florence ! Vous comprenez ? » (*La Terre est ronde*, 1938)

2/ C'est ensuite, on l'a vu, l'irrépressible « pulsion consommatrice » qui, ne se suffisant pas des biens matériels, a besoin pour s'assouvir de multiplier à l'infini les « biens symboliques ». Comme l'a montré Baudrillard, la consommation de produits débouche sur la « consommation de signes », qui a l'avantage d'être illimitée. Parmi ces produits-signes, il y a les événements, avec tout ce qui leur est lié, et l'identité branchée qu'ils vous procurent. Que savoure-t-on exactement dans la « consommation » d'événements ? Souvent ces mêmes émotions troubles que l'on recherche dans les fictions : la catastrophe (qui m'épargne), la révolte (qui m'honore), la grandeur (du « héros » emblématique auquel je m'identifie), le suspense (qui va gagner la guerre d'Irak ?), la compassion (provisoire), le sadisme (qui me flatte et que je dénonce aussitôt), bref tout un « imaginaire » lié à une complaisante dégustation de soi.

3/ C'est encore la satisfaction de l'instinct grégaire. L'appétit *collectif* (d'événements) démultiplie la faim personnelle. Alors que la traditionnelle pulsion d'achat reste souvent individuelle, la « pulsion consommatrice » est à base de pulsion grégaire. C'est pour cela qu'on s'empresse de se brancher *aux mêmes heures* sur l'information, que l'on veut *dés leur sortie* voir les mêmes films. La ritualité de l'événement l'emporte sur l'événement, puisque c'est la chaleur du rassemblement devant le spectacle que l'on recherche. Il faut dire aussi que si notre appétit de nouveau est une conjuration illusoire de la mort, comme on l'a noté ci-dessus en citant P. Valéry, cette illusion ne fonctionne bien que si elle est collectivement partagée. Plus on est de fous à croire que l'irruption de l'événement peut réellement combler le vide de notre existence, mieux on oublie la mort de chaque instant, et donc mieux on se porte.

4/ L'événement satisfait aussi, à ce niveau collectif, notre besoin d'un *faux semblant de vie démocratique*. On se laisse gagner par la vague idée qu'il nous fait citoyens par le seul fait qu'on se branche sur lui, qu'on devient « peuple souverain » en absorbant ensemble et en direct les mêmes nouvelles (notamment « politiques »), et qu'il suffira d'en parler pour accéder au statut d'Opinion… Bref, à condition de le « suivre » assidûment, l'événement nous offre l'illusion d'une participation collective sous les espèces d'une consommation consensuelle. Il devient le « lieu commun » d'un pseudo-forum. « *Sans les événements*, me dit un ami, *on n'aurait rien à dire dans les dîners en ville.* » Le Directeur de l'Information de TF1 énonce d'ailleurs la règle : « *Il faut savoir chaque jour ce qui va faire parler les gens le lendemain* »[21] On voit que l'arbitraire de l'événement ne s'exerce plus tout à fait au hasard : il faut donner au peuple/public/consommateur du « prêt-à-opiner »…

5/ En même temps que l'événement fournit au citoyen ce leurre de vie démocratique, il exacerbe en lui une *illusion individualiste de domination du monde*. Gaston Bachelard, qui se plaisait à entendre en fond sonore les informations du matin jusqu'au soir, n'était pas dupe de cette illusion puisqu'il disait de lui-même : « *Comme cela, j'ai l'impression que le monde tourne autour de moi.* » Mais le grand public, lui, est dupe. Plus nous sommes saisis par les événements, plus nous sommes fortifiés dans le sentiment que « l'époque » existe bien, et que nous nous situons en plein centre, dans ce fameux « cœur » de l'actualité que les journalistes poursuivent comme le Saint Graal. Qu'importe si les événements sont répétitifs, jamais vraiment nouveaux, factices, mortifères, irréels et théâtraux : la « vérité » médiatique, c'est cette représentation qui joue à être le monde et, répétons-le, que les journalistes ont besoin de faire croire pour continuer d'y croire eux-mêmes.

6/ Sixième et ultime intérêt qu'on peut trouver à « l'événement », -je n'ose à peine le dire car j'allais l'oublier-, c'est le désir d'être informé. C'est assez rare. Ce n'est en général qu'un alibi[22]. Mais cela existe. C'est l'exception qui confirme la règle. Car la représentation événementielle a le même avantage que l'imagination selon Pascal : elle est « *d'autant plus fourbe qu'elle ne l'est pas toujours* ».

C/Le solipsisme collectif

Le « solipsisme » est cette conception philosophique selon laquelle le sujet est à lui-même la seule réalité existante : le monde qu'il perçoit est donc considéré par lui comme une simple projection de son esprit. Dans son utopie totalitaire, *1984*, Orwell décrit une société solipsiste. Les dirigeants, fous de pouvoir, désireux de gouverner la réalité elle-même, et voulant donc absolument que le monde soit conforme à leur vision préétablie, obligent la population à discipliner ses pensées pour ne pas le voir autrement. Ils parviennent ainsi à voir eux-mêmes les choses comme ils ont réussi à faire croire qu'elles étaient. C'est du *solipsisme collectif.*

Le modèle événementiel qui sévit autour de nous semble avoir la même visée. L'époque et les « événements » (choisis) qui la constituent ressemblent à une vaste projection mentale en laquelle nous devons croire, comme s'il s'agissait de la réalité en soi, alors qu'il ne s'agit que d'une construction quotidienne, d'un perpétuel cinéma que nous nous faisons à nous-mêmes, avec la complicité du journalisme qui nous en a donné le goût[23]. Cette grille solipsiste, qui craint toujours d'être dérangée, ne cesse de se protéger elle-même, de se reconstituer à tout moment en produisant des événements-types qui confortent ses schémas et en passant sous silence une infinité de « faits réels » (qu'elle s'empêche de voir), ignorant les interrogations essentielles que le monde jette sans fin à l'assaut de la grille. En cela consiste la *dictature* de l'événement. Cette consœur de la *tyrannie* de l'audimat…

Notes :

1/ À vrai dire, « l'événement » était considéré à l'époque classique comme l'issue d'un processus antérieur : il était certes une manifestation spectaculaire, mais la cause n'en était pas occultée.

2/ Parfait contre exemple, lié aussi à l'explosion quotidienne des moteurs « à explosion » : le nombre des morts sur les routes ! Vingt tués par jour, c'est devenu un fait divers, ce n'est jamais un « événement ».

3/ Aussi les producteurs de films, aux USA, appellent-ils « *technical events* » (littéralement : « événements techniques ») ce qu'on traduit par « effets spéciaux ».

4/ Autant l'utilisation des dates est pertinente lorsqu'il s'agit de baliser « l'histoire » et faciliter sa mémoire, autant le « culte » des dates-clefs la falsifie en lui imposant des choix arbitraires (cf. la note 10).

5/ On peut se dire que s'il faut trois minutes à LCI pour nous apprendre « *quelque chose de nouveau* », on doit à chaque fois patienter et s'ennuyer ferme pendant 179 secondes ! RTL fait mieux, en lançant « *les Instantanés RTL* » (en sept. 98), qui « *accélèrent l'info* » : il s'agit d'intervenir sur l'antenne « *à la seconde même où se produit l'événement* », et l'on nous précise que « *la configuration idéale est celle qui permet de développer une information tout au long de la journée avec des rebondissements, comme on a pu le vivre lors de la prise d'otage des enfants à Neuilly.* »
Cette « ponctualité » inévitable de l'événement est parfois alléguée comme justification par les journalistes : on ne peut s'attarder dans des approfondissements qui lasseraient le public. Cependant, quand ils le veulent bien, nos informateurs savent faire durer l'information sur ce qui leur semble d'importance, comme le montre le rappel, pendant plusieurs mois, chaque soir au journal télévisé, de la situation des otages au Liban, en 1985. Il est vrai qu'il s'agissait de journalistes. Pourquoi ne ferait-on pas la même chose avec les 30 000 enfants qui meurent chaque jour ? Pour une raison bien simple : c'est que tout le monde le sait, voyons…

6/ Voici un autre exemple éclairant. Si, au cours de l'année 1999 vous avez entendu prononcer le mot « Titanic », cela n'évoquait certainement pas dans votre esprit l'adjectif « titanique », lui-même synonyme de « titanesque ». Ce à quoi vous avez dû penser, ce n'était pas vraiment non plus à l'histoire effective de ce transatlantique qui a sombré corps et biens en 1912 (cela est redevenu un « fait », ce n'est plus un « événement »). Non, votre réflexe immédiat a dû vous renvoyer au film tiré de ce fait, film-phénomène célébré pendant des mois comme « événement » parce que *tellement* contemporain, et donc ne devant pas être manqué.

7/ On a pu dire : « *Parler des choses, c'est les créer.* », en grossissant la vertu « performative » du langage (voir notre commentaire, p. 00) Cela est vrai dans la mesure où elles n'existent que dans la conscience qui les entend ainsi nommées. Mais il est vrai aussi que ce « jugement de fait » qui « révèle » leur existence jusqu'alors ignorée est en même temps un « jugement de valeur » qui les pose comme importantes -en bien ou en mal- *puisqu'on en parle*, par opposition à toutes celles que l'on tait. Le redoutable pouvoir qu'ont les médias de « juger » le monde à travers la simple « observation » sélective qu'ils en font, comme on va le voir à propos du « double arbitraire », est déjà inhérent à la langue. Bien entendu, l'ambiguïté de la formule « *parler des choses, c'est les créer* » ne doit pas pour autant légitimer la manipulation délibérée : faire croire que ce qu'on dit correspond à ce qui existe, faire croire qu'existe… ce qui n'existe pas (voir note 8).

8/ Dans telle émission de radio (Le téléphone sonne) ou de télévision (Le juste prix), on désigne les invités par leur prénom. On réfère bien à leur identité, mais en même temps, cette présentation qui paraît si naturelle n'est pas un choix insignifiant : alors que le patronyme désigne la personne civile, le citoyen dans ses multiples dimensions, le prénom fait voir le sujet dans sa réalité privée, plus intime, plus familiale, décontextée de sa situation sociopolitique. Ce choix est *idéologique*.

9/ La nomination, comme pouvoir, est donc précisément un pouvoir *arbitraire.* En parlant d'une « réalité » quelle qu'elle soit, celui qui manie la langue lui donne un certain statut, donc la fait exister ; mais en même temps, il oblige les autres à ne voir cette réalité qu'en fonction du « découpage », de l'étiquetage qu'il lui impose en la nommant. Il leur fait ainsi penser, répétons-le, que sa représentation du réel est le réel, ce qui est le fondement de toute idéologie. Un autre bon exemple de l'ambiguïté de la nomination est celui des signes astrologiques : pour celui qui s'en sert de repérage, ils sont une première connaissance, élémentaire, de la voûte céleste ; pour celui qui les croit réellement existants, confondant leur configuration apparente avec des animaux célestes, c'est l'aliénation, le délire, l'horoscope, etc. Car la Grande Ourse… n'existe pas !

10/ Petite anecdote. En 1980, au lendemain du week-end où Jaruzelski prend brutalement le pouvoir en Pologne, j'interroge mes élèves par écrit sur « ce qui s'est passé depuis quarante huit heures ». Leurs réponses doivent rester anonymes : je désire en effet tester leur conscience de l'actualité, croyant encore moi-même à l'événement *en soi*. Et voici que je trouve, parmi la trentaine de textes fort intéressants, une grande feuille blanche où il est écrit simplement : « *Je suis vachement amoureuse* ». Telle était la réalité, « l'événement » pour cette jeune fille ; et elle n'avait pas tort, car « ce qui se produit » dans le monde n'a pas à prendre la place de « ce que je vis » dans ma vie, ce qui serait précisément une aliénation.
Ce simple exemple montre combien la croyance en « l'événement », comme toute foi qui se veut partagée, est potentiellement violente : je désire toujours que l'événement *pour*

moi soit nécessairement l'événement pour tous les autres ; et donc, qu'ils s'y soumettent. Corollairement, qualifier de « *non événement* » une nouvelle artificiellement grossie, et totalement dépourvue d'intérêt, a toujours l'inconvénient de laisser entendre qu'il y en a de *vrais* (en soi)… Seul le fait est véridique. L'isoler/l'amplifier, c'est déjà le falsifier. Véracité d'un fait, mensonge de l'événement qui, en élisant celui-ci, *néantise* les autres…

11/ Ce double arbitraire permet de jeter un double regard sur toute information qui nous arrive, dans le paquet hétéroclite des « nouvelles » quotidiennes. On examinera donc :
a)-d'une part, en fonction de quelle représentation du monde la réalité dont on nous parle a-t-elle été choisie ; et jusqu'à quel point est-elle isolée ou non de son contexte (socio-économique) ?
b)-d'autre part, au niveau de son traitement plus ou moins « événementiel », dans quel dispositif médiatique et communicationnel elle s'insère, au service de quelle « reconstruction » du réel elle est ainsi soumise (calibrée comme une annonce publicitaire, enrégimentée dans l'idéologie néo-libérale, etc.) ?

12/ L'arbitraire de l'événement, qui se réitère chaque jour, se manifeste sur un fond beaucoup plus général qui est *l'arbitraire du temps,* tel que le code chronologique nous le fait percevoir. Le temps qui passe existe bien, mais contrairement à ce qu'on répète partout aujourd'hui, il ne « s'accélère » pas, et il est parfaitement indifférent à la façon dont nous le mesurons et découpons. Forts de notre grille décimale, nous croyons voir dans la réalité des secondes, des minutes, des heures, des jours, des semaines, des mois, des années, des siècles, des millénaires, etc. Mais rien de cela n'existe en soi, c'est de l'invention, de la convention humaine. Pratique sans doute, mais arbitraire. Nous célébrons des « dates », mais elles ne sont rien par elles-mêmes. Nous célébrons des « anniversaires », mais ils n'existent que dans la grille événementielle que nous projetons sur le Temps. Le « ce qui se passe, ce qui se produit » ne prend sens que dans le cadre du mythe occidental selon lequel le « Temps » est « Histoire » : grille de perception d'autant plus imaginaire que nous avons inventé une époque dite « préhistorique » où, justement, tout semblait figé avant de vraiment « commencer ». Alors est arrivé, comme Zorro sur son cheval, le Progrès.
On pourrait de même parler d'un *arbitraire de l'espace*, avec ses découpes bien humaines, ses pays et ses frontières, son local et son global, ses ethnocentrismes, sa représentation hiérarchique de la planète avec le Nord en haut et le Sud en bas, sa toute nouvelle perception-réduction de la Terre au fameux « village planétaire », etc. Cette grille spatiale sert à « cadrer » l'événement, - comme la caméra cadre les images d'un film, en produisant les mêmes « effets de réel », au moyen des mêmes artifices, qui toujours *en montrant*, cachent ce qui reste dans l'ombre….

13/ Vouloir « représenter le monde tel qu'il est », si l'on y réfléchit bien, est une délirante absurdité. Il faudrait d'abord le connaître. S'agissant de la moindre « réalité », il faudrait à la fois la vivre du dedans et la voir du dehors, dans toutes ses dimensions, et sous tous ses

angles… De plus, l'entreprise même qui consiste à observer/connaître/représenter une réalité contribue, par son incidence, à la modifier, et l'on sait que c'est sur ce point que butent nombre d'observations scientifiques. Enfin, le journaliste, le sociologue, l'écrivain, le peintre ou le cinéaste qui tente de « représenter » « le monde tel qu'il est », faisant lui-même partie de ce monde qu'il envisage de représenter, devrait s'inclure dans son tableau. Vaste programme !

14/ Vouloir être *au cœur de l'actualité* est un préjugé romanesque. Stendhal le montre bien en décrivant les étonnements de Fabrice del Dongo à Waterloo : le jeune homme ne comprend rien à ce qui se passe, mais s'écrie néanmoins : « *J'ai vu le feu ! Me voici un vrai militaire.* »… Vrai militaire, ou apprenti journaliste ?

15/ Les exemples sont légion. Carrefour lance ainsi, en octobre 1999, un « *discount historique* » pour « *célébrer la fin du siècle* ». Au même moment paraît dans le métro cette annonce révolutionnaire : « *Mardi 12-10-99 : le Printemps légalise le shopping pour hommes* ». Le 15-11-2003, la « nouvelle Golf » est présentée dans les journaux comme « *un résumé de ce qui s'est passé dans le monde aujourd'hui* ». Mais la palme revient à La Redoute, qui tient à la disposition de ses clientes un Guide « Événement », et leur envoie, avant les fêtes, un « *Chèque-événement Noël* » à déduire des achats… jusqu'au 24 décembre ! Dépêchez-vous.

16/ Alain Accardo, *Derrière la subjectivité des journalistes*, colloque du CRAC, Valence, novembre I999.

17/ Non pas que les faits manquent, il en est de cruciaux que les médias passent sous silence. Mais ce qui parfois leur manque, ce sont des faits bien nets et bien dodus, bien repérables et bien amplifiables, allant clairement dans le sens de l'idéologie dominante, du mythe de l'époque.

18/ L'événement est une « parole », disions-nous, dans la mesure où les faits célébrés comme tels ne sont choisis que pour ce qu'ils « signifient ». C'est encore plus vrai lorsque des manifestants, désirant ressaisir à leur profit l'arbitraire de l'événement, ne « créent l'événement » (défilés, bris de vitrines, violences, arrestations, etc.) que pour se faire *entendre* au journal de 20 heures.

19/ Les historiens s'accordent pour dater la naissance de Jésus-Christ environ quatre ou cinq ans avant l'ère chrétienne. Même si l'on accepte l'arbitraire du calendrier chrétien, -en tant que mesure conventionnelle du Temps planétaire-, force est de constater que l'an 2000 a été célébré avec plus de quatre ans de retard sur la marche du monde ! Erreur historique, dont la seule consolation se trouve peut-être dans le nombre de sympathiques bébés qu'elle a engendrés ! Mais allez-vous dire, chacune de ces naissances n'est-elle pas un événement en soi ? Certes non ! Une naissance étant un fait essentiel qui, selon ma grille humaniste, est genèse d'un infini, ce serait en réduire l'importance que de la nommer « événement ».

20/ Pour justifier cette dramatisation de l'actualité, on emploie parfois un argument pédagogique : il faut accepter de « saisir » les gens par un peu de sensationnalisme, car c'est déjà les informer, les « intéresser », et donc les préparer aux éclairages qui vont suivre. L'ennui, c'est que l'événement, devenu drogue, ne peut attendre. Pas de pause réflexive ! La chaîne événementielle commande : il faut que le paroxysme de l'événement présent soit immédiatement suivi du paroxysme de l'événement suivant, de sorte que le « recul » qui permettrait une prise intelligible sur le monde, dans la logique des médias actuels, est structurellement impossible. Ce qui n'est sans doute pas un hasard (cf. note 23)

21/ Cité dans *le Canard enchaîné* du 29/10/03, p.4.

22/ Anecdote. En allant chez un voisin vers 15h30, le 11 sept. 2001, je le vois focalisé sur les tours qui s'effondrent à New York. J'apprends par la même occasion « l'événement », qui me semble aussi irréel qu'un film catastrophe. Pour ne pas déranger mon ami dans sa fascination, je lui propose de revenir le soir après le journal télévisé. Il m'informe alors de ce qu'on vient d'annoncer sur sa chaîne : le journal de 20 heures sera prolongé toute la soirée. Et d'ajouter : « *Heureusement, d'ailleurs, parce qu'il n'y avait vraiment rien, ce soir, à la télé* »... Au même moment, *Le Monde* préparait son grand titre du lendemain : « **L'Amérique frappée, le monde saisi d'effroi** ». Nous sommes décidément tous américains, mais chacun à sa manière…

23/ S'il est vrai que, dans toute société, le solipsisme inhérent au langage menace l'ensemble du discours public, il faut noter qu'il y a des différences dans la nature des discours (-certains démasquent précisément l'aliénation qu'entretiennent les autres-) et des degrés dans la responsabilité de ceux qui les tiennent. Tout dépend de qui parle à qui, et dans quelles conditions, au sein de champs politiques et sociaux où l'idéologie dominante sert les pouvoirs dominants. Alain Accardo, qui a lu ce chapitre estime que je ne mets pas assez l'accent sur cet aspect. Il a raison. S'il y a un arbitraire de l'événement, en effet, cet arbitraire ne naît nullement du hasard : les déterminations sociales ou économiques sont là pour faire "produire" aux journalistes la vision falsifiée du "réel" dont ont besoin, pour maintenir leur domination, les intérêts et les puissances qui mènent le monde. Ainsi, précise Alain Accardo, ce qu'on peut essentiellement reprocher aux journalistes, « *c'est de se complaire dans une aliénation spécifique qui fait d'eux des manipulateurs manipulés, à la fois victimes et complices d'un abominable système de domination sociale. De quoi la vision journalistique des faits souffre-t-elle le plus ? De ce que l'esprit humain est infirme et ne parvient jamais qu'à une vision fragmentaire, arbitraire et fantasmée du réel, ou bien de ce qu'elle est soumise à des déterminations historiques, économiques et sociales qui font que la vision journalistique du réel est AUSSI, par ses lacunes, son arbitraire et ses fantasmes propres, la vision dont le néo-libéralisme a besoin aujourd'hui pour asseoir et légitimer la domination mondiale du Capital ?* » Des deux, bien sûr. Merci, Alain.

“11 septembre 2001, New York : 3000 personnes périssent dans l'effondrement de deux tours, à la suite d'une attaque terroriste. C'est un *évènement*. Immense, infiniment commenté, tragique. L'Apocalypse, a-t-on dit...

Chaque jour, sur Terre : 30 000 enfants de moins de cinq ans meurent de malnutrition et de maladies infectieuses. C'est un *fait*. Regrettable. Parfois rappelé, au hasard des infos...

Mais alors, qu'est-ce qu'un “évènement”, parmi les milliards de faits qui à tout moment émaillent la surface de notre planète ?”

François Brune se livre ici à une analyse critique, claire et sans concession du système médiatique.

Ce texte est un extrait de
De l'idéologie aujourd'hui
François Brune
éd Parangon, 2004

reproduit ici avec l'aimable autorisation de l'auteur

éditions grain de sable

Des textes politiques
concis et plein d'idées
que l'on a plaisir à partager
à diffuser sans vergogne
ni profit